



*Autorità Garante
della Concorrenza e del Mercato*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 aprile 2024;

SENTITA la Relatrice, Professoressa Elisabetta Iossa;

VISTA la Parte II, Titolo III e Parte III, Titolo III del Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206, e successive modificazioni (di seguito, Codice del consumo);

VISTO il “*Regolamento sulle procedure istruttorie in materia di pubblicità ingannevole e comparativa, pratiche commerciali scorrette, violazione dei diritti dei consumatori nei contratti, violazione del divieto di discriminazioni e clausole vessatorie*” (di seguito, Regolamento), adottato dall’Autorità con delibera del 1° aprile 2015, n. 25411;

VISTA la comunicazione del 21 giugno 2023 con cui è stato avviato il procedimento PS12585 nei confronti delle società Amazon Services Europe S.à r.l., Amazon EU S.à r.l. e Amazon Italia Services S.r.l.;

VISTE le comunicazioni, pervenute in data 4 agosto e 8 novembre 2023, con le quali le società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. hanno presentato, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 9 del Regolamento, una proposta di impegni, successivamente integrata nella versione definitiva e consolidata in data 15 marzo 2024;

VISTI i propri provvedimenti del 14 dicembre 2023 e del 20 febbraio 2024 con i quali, ai sensi dell’articolo 7, comma 3, del Regolamento, sono state disposte le proroghe del termine di conclusione del procedimento;

VISTI gli atti del procedimento;

I. LE PARTI

1. Amazon Services Europe S.à r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. La società, con sede in Lussemburgo, è responsabile della fornitura dei servizi di *hosting provider* di Amazon in Europa, attraverso i quali venditori terzi offrono in vendita i propri prodotti anche su *Amazon.it*. Il bilancio relativo all'esercizio 2022 presenta un fatturato di circa 23,5 miliardi di euro.

2. Amazon EU S.à r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. La società, con sede in Lussemburgo, agisce, attraverso la propria succursale italiana, come il soggetto responsabile della vendita diretta dei prodotti venduti su *amazon.it*. Il bilancio relativo all'esercizio 2022 presenta un fatturato di circa 50,9 miliardi di euro.

3. Amazon Italia Services S.r.l., in qualità di professionista, ai sensi dell'articolo 18, comma 1, lettera b), del Codice del consumo. La società, con sede in Italia, fornisce supporto alle altre società del gruppo per quanto riguarda i servizi *marketing*, societari e legali. Il bilancio relativo all'esercizio 2022 presenta un fatturato di circa 58 milioni di euro.

II. LE CONDOTTE OGGETTO DEL PROCEDIMENTO

4. Il procedimento concerne la presunta illiceità delle condotte poste in essere da Amazon Services Europe S.à r.l., Amazon EU S.à r.l. e Amazon Italia Services S.r.l. (di seguito anche congiuntamente "Amazon" o "Parti") nell'ambito dell'offerta di prodotti sul sito <https://www.amazon.it>, consistenti nella: A) pre-selezione dell'acquisto periodico per una serie di prodotti (di seguito, anche "condotta A"); B) pre-selezione della consegna veloce a pagamento, anche laddove è disponibile l'opzione della consegna gratuita (di seguito, anche "condotta B").

III. LE RISULTANZE DEL PROCEDIMENTO

III.1 L'iter del procedimento

5. Sulla base di informazioni acquisite ai fini dell'applicazione del Codice

del consumo e di una segnalazione pervenuta da un consumatore nel mese di aprile 2023, in data 21 giugno 2023 è stato comunicato l'avvio del procedimento istruttorio PS12585 nei confronti di Amazon Services Europe S.à r.l., Amazon EU S.à r.l. e Amazon Italia Services S.r.l., ipotizzando che: a) la condotta consistente nella pre-impostazione dell'acquisto periodico per una serie di prodotti potesse configurare una pratica commerciale scorretta, in possibile violazione degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo; b) la condotta consistente nella pre-impostazione della consegna veloce a pagamento, pur essendo disponibile l'opzione gratuita, potesse configurare una violazione della normativa in materia di diritti dei consumatori nei contratti ai sensi dell'articolo 65 del Codice del consumo.

6. Amazon ha avuto accesso agli atti del procedimento in data 5 luglio 2023 e ha fornito riscontro alla richiesta di informazioni formulata nella comunicazione di avvio con memoria pervenuta in data 7 agosto 2023.

7. Con la predetta comunicazione del 7 agosto 2023, le Parti hanno formulato anche una proposta di impegni ai sensi dell'articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell'articolo 9 del Regolamento.

8. I professionisti sono stati sentiti in audizione in data 28 settembre 2023.

9. L'8 novembre 2023 Amazon ha depositato una versione integrata degli impegni.

10. Il 18 dicembre 2023 è stata comunicata ai professionisti la proroga del termine di conclusione del procedimento.

11. Il 21 dicembre 2023 è stato comunicato alle Parti il rigetto degli impegni relativamente alla condotta consistente nella pre-selezione dell'acquisto periodico per una serie di prodotti ("condotta A").

12. In data 8 gennaio 2024 è stata inviata ad Amazon una richiesta di informazioni in merito alla condotta consistente nella pre-selezione dell'acquisto periodico alla quale i professionisti hanno fornito riscontro il successivo 26 gennaio.

13. Il 31 gennaio 2024 è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria, ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del Regolamento, con riferimento alla condotta consistente nella pre-selezione dell'acquisto periodico. In pari data è stata comunicata alle Parti la data di conclusione della fase istruttoria relativamente alla condotta consistente nella pre-selezione della consegna veloce a pagamento.

14. In data 20 febbraio 2024 è pervenuta la memoria conclusiva dei professionisti concernente la condotta consistente nella pre-selezione della consegna veloce a pagamento e il successivo 21 febbraio è stata depositata la

memoria finale relativa alla condotta consistente nella pre-selezione dell'acquisto periodico.

15. Nella stessa data del 21 febbraio 2024 è stata comunicata alle Parti la proroga del termine di conclusione del procedimento.

16. Il 22 febbraio 2024 è stato richiesto il parere all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ai sensi dell'articolo 16, commi 3 e 4, del Regolamento.

17. In data 15 marzo 2024, i professionisti hanno trasmesso la versione consolidata degli impegni concernenti la condotta consistente nella pre-selezione della consegna veloce a pagamento.

18. Il 26 marzo 2024 è pervenuto il parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni.

III.2 La pre-selezione dell'acquisto periodico (condotta A)

III.2.1. Le evidenze acquisite

19. Da una qualsiasi schermata del sito <https://www.amazon.it> relativa all'offerta di prodotti, cliccando il *link* contenente la denominazione di uno specifico prodotto, si accede a una pagina *web* al centro della quale sono descritte le caratteristiche dell'articolo selezionato e, in un riquadro sulla destra, sono raffigurate le opzioni “*acquisto singolo*” e “*acquisto periodico*”. Da rilevazioni effettuate dalla Direzione¹ risulta che il professionista, su un'ampia selezione di prodotti, pre-imposta l'acquisto “*periodico*” a scapito dell'opzione “*acquisto singolo*”. Tale condotta riguarda sia prodotti venduti da Amazon (cfr. Fig. 1) sia prodotti venduti da terzi (cfr. Fig. 2) sul *marketplace*.

¹ Verbale del 12 giugno 2023 di acquisizione di documentazione al fascicolo istruttorio PS12585.

Fig.1

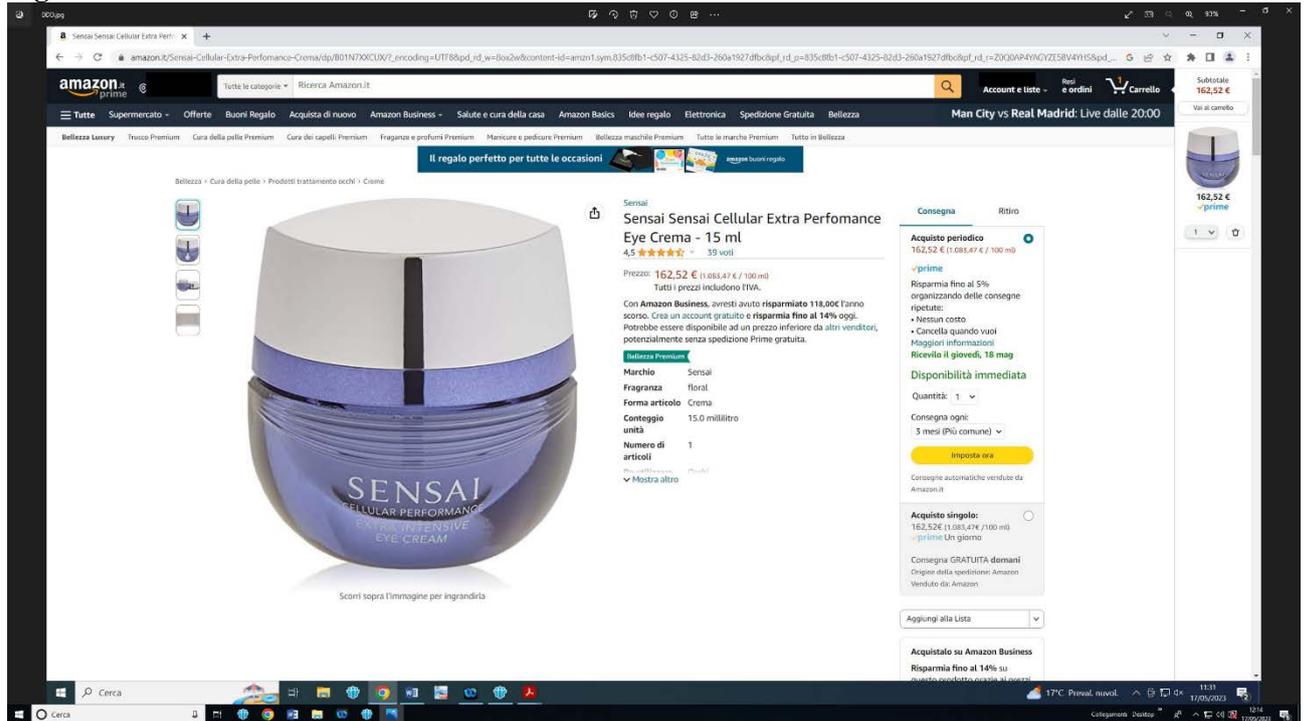
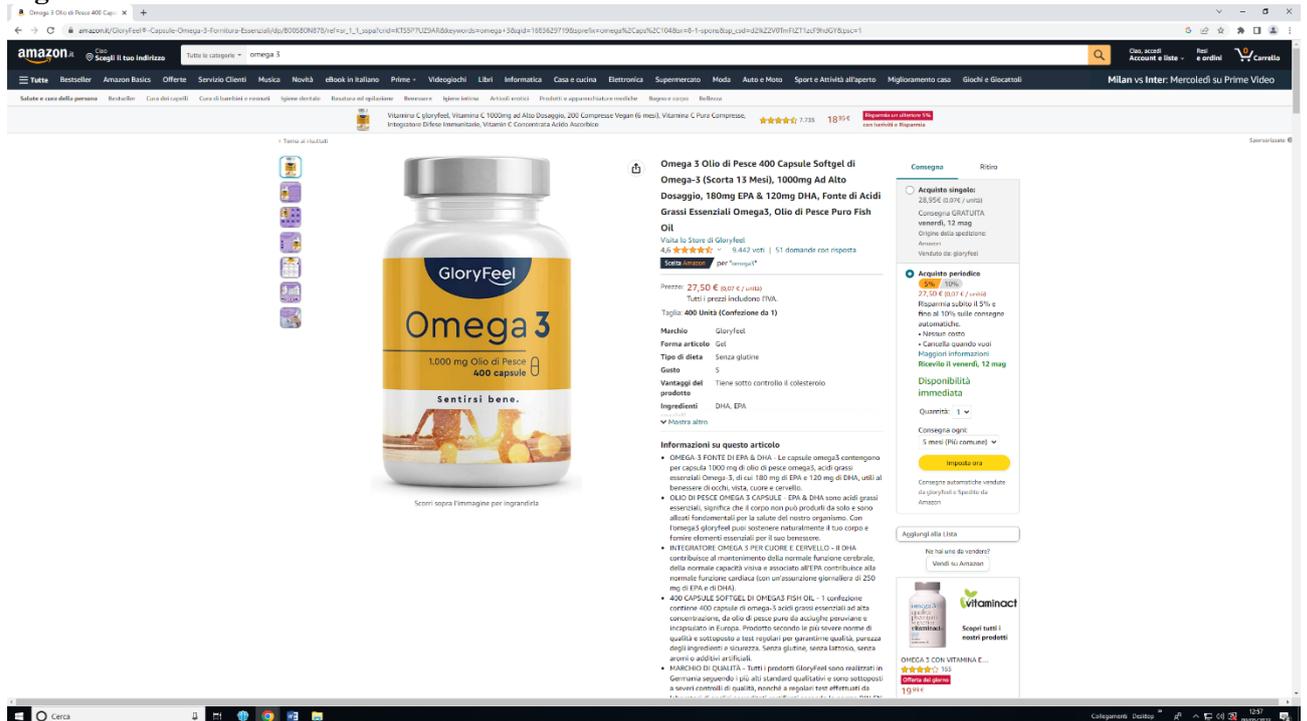


Fig.2



20. Amazon ha rappresentato che, anteriormente al 10 maggio 2023, la pre-selezione dell'acquisto periodico veniva proposta ai consumatori in presenza di un beneficio economico per gli stessi. Dal 10 maggio 2023, a seguito di una revisione del relativo programma a livello globale (c.d. "Programma Iscriviti

e *Risparmia*”², di seguito anche “*IeR*”), detta pre-selezione viene proposta dal *marketplace* in base ai seguenti fattori: i) il prezzo applicato; ii) la maggiore velocità di consegna; iii) il fatto che il cliente abbia già aderito in precedenza all’opzione dell’acquisto periodico; iv) il tipo di prodotto; v) la probabilità di acquisto ripetuto.

21. Secondo i dati forniti dalle Parti, nel mese di giugno 2023 l’opzione di acquisto periodico era pre-selezionata per circa il [1%-5%]* del totale dei prodotti visualizzati sul sito. A partire dal 1° luglio e fino a dicembre 2023, l’indicata percentuale è stata del [1%-5%]³.

Nel periodo gennaio - giugno 2023 il numero totale di ordini effettuati da consumatori italiani per i quali era presente l’indicata pre-impostazione ammontava a circa [1-5] milioni e nel periodo luglio - dicembre 2023 a circa [1-5] milioni⁴.

Inoltre, la percentuale di clienti che hanno deselezionato l’opzione pre-selezionata è stata pari al [50-80%] nel primo semestre 2023 e al [30-60%] nel secondo semestre dello stesso anno⁵.

22. Nel corso del procedimento Amazon ha fatto presente che il numero di consumatori italiani i quali hanno espressamente dichiarato di essersi iscritti per errore al programma di acquisto periodico e che per tale motivo hanno cancellato l’iscrizione nel corso del 2023, dopo aver effettuato il primo acquisto, è di [10.000-50.000] nel primo semestre e di [10.000-50.000] nel secondo semestre 2023⁶. Al contempo, il numero di richieste di assistenza in relazione a detta preselezione ricevute dal Servizio Clienti di Amazon è stato pari a 3.789 nel primo semestre e a 1.815 nel secondo semestre 2023⁷.

23. Nella richiesta di intervento pervenuta all’Autorità in merito alla condotta consistente nella pre-selezione dell’acquisto periodico, il segnalante ha fatto presente di non aver compreso di essersi iscritto al “*Programma Iscriviti e Risparmia*” e di aver avuto poi difficoltà a disiscriversi⁸.

² *Iscriviti e Risparmia* è il programma che Amazon mette a disposizione dei propri clienti per offrire, accanto alle altre opzioni di acquisto disponibili, l’opzione di ricevere a prezzi scontati consegne periodiche su un’ampia selezione di prodotti.

* Nella presente versione alcuni dati sono omessi, in quanto si sono ritenuti sussistenti elementi di riservatezza o di segretezza delle informazioni.

³ Cfr. memoria prot. 66705 del 7 agosto 2023 e risposta alla richiesta di informazioni prot. 16088 del 26 gennaio 2024.

⁴ Cfr. memoria prot. 66705 del 7 agosto 2023 e risposta alla richiesta di informazioni prot. 16088 del 26 gennaio 2024 citate.

⁵ Cfr. memoria prot. 66705 del 7 agosto 2023 e risposta alla richiesta di informazioni prot. 16088 del 26 gennaio 2024 citate.

⁶ Cfr. risposta alla richiesta di informazioni prot. 16088 del 26 gennaio 2024 citata.

⁷ Cfr. risposta alla richiesta di informazioni prot. 16088 del 26 gennaio 2024 citata.

⁸ Segnalazione prot. 34446 del 5 aprile 2023.

III.2.2. Le argomentazioni difensive delle Parti

24. In via preliminare, i professionisti hanno rilevato che la società italiana Amazon Italia Services S.r.l. sarebbe del tutto estranea alle condotte contestate, non occupandosi di attività di vendita verso la clientela, né dei rapporti commerciali tra il sito e i venditori terzi che offrono i propri prodotti su *amazon.it*.

25. Nel merito, Amazon ha lamentato che l’Autorità non avrebbe attribuito il giusto peso, tra l’altro, al fatto che la preselezione dell’opzione di acquisto periodico rappresenterebbe un chiaro vantaggio per i clienti che possono risparmiare fino al 15% sui loro ordini.

26. I professionisti, poi, hanno sostenuto che nei limitati casi in cui tale opzione è disponibile e preselezionata il consumatore potrebbe scegliere del tutto consapevolmente e volontariamente se aderirvi o meno, essendo previste diverse fasi prima che l’iscrizione al Programma IeR possa essere finalizzata: infatti, i clienti devono confermare la propria scelta cliccando sul pulsante “*Imposta ora*” nella pagina di dettaglio del prodotto e poi ancora sul pulsante “*Acquista ora*” nella pagina di *check-out*. Inoltre, Amazon invia ai clienti un’*email* di conferma dell’acquisto e successive *email* di informazione prima delle successive consegne periodiche anche per fornire loro un percorso facile e immediato per gestire le proprie preferenze, compresa la cancellazione dell’iscrizione al Programma IeR senza alcuna penale.

27. Amazon ha poi evidenziato che i dati forniti nel corso dell’istruttoria comproverebbero che la preselezione non è idonea a falsare il comportamento del consumatore mediamente diligente che effettua acquisti sui siti di *e-commerce*. Da tali dati risulterebbe, infatti, che: i) una gran parte dei clienti disattiva in totale autonomia e consapevolezza la preselezione⁹; ii) il successivo tasso di cancellazione delle iscrizioni a IeR nel 2023 dopo il primo acquisto, a causa di iscrizioni effettuate per errore quando è stata preselezionata l’opzione di acquisto periodico, è particolarmente basso e risulta molto simile al tasso di cancellazione in caso di preselezione dell’opzione di acquisto singolo¹⁰; iii) il numero di richieste di assistenza al Servizio Clienti relative alla preselezione, peraltro non tutte per acquisti indesiderati, è molto

⁹ La percentuale di clienti che hanno deselezionato l’opzione pre-selezionata è stata pari al [50-80%] nel primo semestre 2023 e al [30-60%] nel secondo semestre dello stesso anno.

¹⁰ Nel 2023 il tasso medio di cancellazione quando era stata pre-selezionata l’opzione di acquisto periodico è stato del [1-5%]. Nel medesimo anno il tasso medio di cancellazione in caso di preselezione dell’opzione di acquisto singolo è stato del [1-5%].

limitato¹¹.

28. Al contempo, l'insieme asseritamente coerente e continuo di informazioni, associato alla possibilità illimitata e facile di passare all'acquisto singolo durante tutta l'esperienza di acquisto, escluderebbe qualsiasi "indebito condizionamento" della volontà del consumatore ai sensi dell'articolo 24 del Codice del consumo, come sarebbe confermato dalla giurisprudenza, che avrebbe ritenuto la preselezione inidonea a impedire ai consumatori di prendere una decisione commerciale consapevole, se combinata con la possibilità per i clienti di confermare ulteriormente la loro scelta e/o di annullarla facilmente¹².

III.3. La pre-selezione della consegna veloce a pagamento (condotta B)

III.3.1. Le evidenze acquisite

29. Prima del perfezionamento dell'acquisto, sul sito compare una schermata dove, oltre all'articolo prescelto, sono visualizzate caselle che indicano diverse modalità di spedizione: gratuita in tempi "standard" ovvero veloce a pagamento ("Premium"). Da rilevazioni effettuate sul sito <https://www.amazon.it>¹³ risulterebbe che il professionista su alcuni prodotti pre-imposterebbe la consegna veloce a pagamento, pur essendo disponibile l'opzione di consegna gratuita¹⁴.

III.3.2. Gli impegni dei professionisti

30. Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. hanno presentato una proposta di impegni in data 7 agosto 2023, integrata il successivo 8 novembre e pervenuta nella versione consolidata il 15 marzo 2024¹⁵.

31. Pur premettendo che la pre-impostazione della consegna veloce a pagamento non violerebbe l'articolo 65 del Codice del consumo in quanto tale

¹¹ Il numero di richieste di assistenza ricevute dal Servizio Clienti è stato pari a 3.789 nel primo semestre 2023 e a 1.815 nel secondo semestre dello stesso anno.

¹² Cfr. memoria prot. 24072 del 21 febbraio 2024 citata, in cui le Parti fanno rinvio alla pronuncia del Consiglio di Stato, Sez. VI, 29 marzo 2021 n. 2631, caso PS11112 *Facebook*.

¹³ Verbale del 12 giugno 2023 di acquisizione di documentazione al fascicolo istruttorio PS12585.

¹⁴ La condotta non riguarda gli abbonati al servizio *Amazon Prime* che acquistano un prodotto con la spunta "Prime" i quali fruiscono gratuitamente della consegna veloce.

¹⁵ La proposta di impegni è stata presentata esclusivamente per conto di Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. in quanto i professionisti hanno fatto presente che la società italiana Amazon Italia Services S.r.l. risulta estranea alle condotte contestate. Tale circostanza ha trovato conferma nel corso dell'istruttoria.

opzione di consegna “Premium” verrebbe pre-selezionata per soddisfare le aspettative dei consumatori, divenuti sempre più esigenti in termini di qualità e velocità della consegna – i professionisti propongono i seguenti impegni:

A) Nei casi in cui sia disponibile l’opzione di consegna gratuita del prodotto, e una o più opzioni di consegna a pagamento per i consumatori non iscritti a Prime, nella pagina di *check-out* del prodotto del sito *amazon.it* e/o della relativa App, Amazon, laddove presenti un’opzione come preselezionata, indicherà come tale solo l’opzione di spedizione gratuita (cfr. le immagini esempio 1 e 2 del formulario impegni allegato al presente provvedimento). Tale misura sarà attuata entro 90 giorni dalla comunicazione della decisione dell’Autorità di accoglimento impegni.

B) Amazon intende inserire nella pagina dedicata alla consegna veloce a pagamento Premium una ancor più chiara indicazione sui costi di tale modalità di consegna, modificando il titolo della pagina “Spedizione Premium” in “Spedizione Premium a pagamento”. La misura sarà attuata entro 60 giorni.

C) Amazon intende infine assumere un impegno correttivo e restitutorio a favore dei consumatori che nel corso del 2023 hanno segnalato al Servizio Clienti di aver effettuato un acquisto selezionando per errore la modalità di consegna “Premium”.

Più in particolare, Amazon riconoscerà un Buono Regalo spendibile su *amazon.it* del valore di 10 euro a tutti i consumatori non iscritti a Prime che nel corso del 2023 abbiano effettuato acquisti usufruendo di tale modalità di consegna “Premium” e che abbiano richiesto assistenza al Servizio Clienti per la selezione involontaria della stessa. La misura sarà attuata entro 30 giorni.

IV. PARERE DELL’AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

32. Poiché le condotte oggetto del presente provvedimento sono state poste in essere tramite la rete *internet*, in data 22 febbraio 2024 è stato richiesto il parere all’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, ai sensi dell’articolo 27, comma 6, del Codice del consumo.

33. Con parere pervenuto in data 26 marzo 2024, la suddetta Autorità ha ritenuto che l’utilizzo di *internet* da parte di Amazon risulta idoneo a sviluppare un significativo impatto sui consumatori che, sulla base delle informazioni lette sul sito dei professionisti, potrebbero essere indotti ad assumere una decisione commerciale che altrimenti non avrebbero preso, così

sviluppando in concreto la piena potenzialità delle modalità di promozione e vendita utilizzate.

V. VALUTAZIONE DELLA CONDOTTA CONSISTENTE NELLA PRESELEZIONE DELL'OPZIONE DI ACQUISTO PERIODICO (CONDOTTA A)

a) L'imputazione della pratica commerciale

34. La condotta consistente nella preselezione dell'opzione di acquisto periodico è imputata alle società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. che si occupano, rispettivamente, dei rapporti commerciali tra il sito e i venditori terzi che offrono i propri prodotti su *amazon.it* e delle attività di vendita diretta dei prodotti fisici sullo stesso sito.

Al contempo, deve rilevarsi l'estraneità di Amazon Italia Services S.r.l. rispetto alla condotta contestata, in quanto tale società non effettua attività di vendita verso la clientela limitandosi a fornire alle altre società del gruppo servizi *marketing*, societari e legali¹⁶.

b) Valutazioni nel merito

35. Il procedimento concerne la pratica commerciale posta in essere da Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. consistente nella preselezione dell'acquisto periodico per una serie di prodotti offerti sul sito <https://www.amazon.it>, in tal modo limitando e condizionando la libertà di scelta dell'utente.

36. In particolare, il consumatore che dalla schermata del predetto sito relativo all'offerta di prodotti di tipologia *consumables* clicca il *link* contenente la denominazione di uno specifico prodotto accede a una pagina *web* al centro della quale sono descritte le caratteristiche dell'articolo selezionato e, in un riquadro sulla destra, sono raffigurate le opzioni “*acquisto singolo*” e “*acquisto periodico*”; in tale pagina i professionisti pre-impostano l'acquisto “*periodico*” a scapito dell'opzione “*acquisto singolo*”, sia per prodotti venduti da Amazon sia per prodotti venduti da terzi sul *marketplace*, sui quali Amazon può anche offrire il servizio di logistica¹⁷.

¹⁶ Cfr. memoria prot. 66705 del 7 agosto 2023 e memoria prot. 24072 del 21 febbraio 2024 citate.

¹⁷ Verbale del 12 giugno 2023 di acquisizione di documentazione al fascicolo istruttorio PS12585.

37. La pre-impostazione nell'interfaccia *web* dell'acquisto ripetuto pone ciascun consumatore dinanzi ad una limitazione della sua libertà di scelta in merito alla possibilità di procedere all'acquisto singolo.

38. Amazon ha sostenuto che il consumatore potrebbe decidere del tutto consapevolmente e volontariamente se aderire o meno all'opzione di acquisto periodico, anche se pre-selezionata: ciò non solo al momento della scelta del prodotto, essendo, a suo dire, prevista la conferma dell'iscrizione al Programma IeR (da effettuarsi nella pagina di *check-out* cui si accede cliccando sul pulsante "*Imposta Ora*"), ma anche successivamente in quanto viene inviata ai clienti un'*email* di notifica prima di ciascuna consegna periodica, consentendo di modificarla anche attraverso la cancellazione.

39. Al proposito, diversamente da quanto affermato dai professionisti, si rileva innanzitutto che nella pagina di *check-out* non è richiesta una specifica azione del consumatore (ad es. cliccare un pulsante) per "confermare" l'iscrizione al Programma IeR, in quanto tale iscrizione - data la pre-selezione della casella di acquisto periodico nella prima pagina, effettuata di *default* dai professionisti - consegue automaticamente alla finalizzazione dell'acquisto da parte del consumatore. Peraltro, nella pagina di *check-out* in cui è possibile finalizzare l'acquisto, il pulsante evidenziato da cliccare a tale scopo non fa alcuna menzione della consegna periodica, recando solo la dicitura "Acquista ora"; solo al di sotto dello stesso, con minore evidenza, è indicato – insieme a numerose altre informazioni - che, procedendo all'ordine, il cliente accetta i termini e le condizioni del Programma IeR. Pertanto, anche nella pagina di *check out* su cui si atterra per concludere la transazione difetta la possibilità di esprimere un consenso pienamente informato e consapevole alla contestuale iscrizione al Programma IeR, e l'utente che intendesse evitare la consegna periodica dovrebbe tornare indietro alla pagina precedente e attivarsi specificamente per deseleggerla.

40. In secondo luogo, si fa presente che anche le indicazioni rese alla clientela circa la possibilità di recedere senza costi dall'opzione pre-spuntata di acquisto periodico non sono sufficienti a reintegrare pienamente la libertà di scelta del consumatore, in quanto si collocano temporalmente in un momento successivo alla pre-selezione effettuata a monte dal professionista. A tale momento l'effetto dell'opzione pre-spuntata si è già prodotto e l'utente è costretto ad attivarsi specificamente – tramite il recesso - per disinnescarlo.

41. Inoltre, anche se l'acquisto ripetuto di un determinato prodotto comporta un risparmio di spesa per l'utente rispetto a più acquisti singoli del medesimo, ben potrebbe l'utente non essere per nulla interessato a possederne più

esemplari, o potrebbe volerli acquistare presso altri punti vendita *online* o fisici. La pre-spunta grafica dell'acquisto ripetuto, di cui l'utente può non accorgersi, elide infatti di per sé la libertà degli utenti di assumere la propria decisione commerciale circa l'acquisto anche singolo, e quindi sporadico, del bene.

42. L'illiceità consumeristica dell'utilizzo di simili meccanismi pre-selettivi è confermata, oltre che dalla giurisprudenza del Consiglio di Stato (cfr. a titolo esemplificativo la sentenza del 2 settembre 2019, n. 6033, PS3080 Bravofly), dagli *“Orientamenti sull'interpretazione e sull'applicazione della direttiva 2011/83/UE del Parlamento europeo e del Consiglio sui diritti dei consumatori”* pubblicati il 29 dicembre 2021, in cui è stato chiarito come nel settore della tutela del consumatore *“l'espressione esplicita richiesta/consenso espresso deve essere interpretata come un elemento dell'azione positiva del consumatore, come contrassegnare una casella sul sito web. L'utilizzo di una casella precontrassegnata o di una clausola in tal senso nelle condizioni generali non soddisfa questi obblighi”* in quanto osta a che il consumatore compia la richiesta *“azione positiva”*.

43. Anche l'obiezione sollevata dai professionisti, secondo cui i dati relativi alla preselezione forniti nel corso dell'istruttoria¹⁸ smentirebbero la sussistenza della pratica commerciale loro imputabile, è priva di fondamento. Secondo il costante orientamento dell'Autorità, confermato anche dalla giurisprudenza amministrativa, ai fini della configurazione dell'illecito consumeristico non occorre l'analisi degli effetti prodotti dalla condotta, essendo sufficiente che, sulla base di un giudizio prognostico, la stessa sia ritenuta idonea a limitare considerevolmente le scelte dei consumatori, trattandosi di un illecito di pericolo¹⁹.

44. In ogni caso, il numero di consumatori italiani che hanno espressamente dichiarato di essersi iscritti per errore al programma di acquisto periodico e che per tale motivo hanno cancellato l'iscrizione nel corso del 2023, dopo aver effettuato il primo acquisto (pari a [10.000-50.000] nel primo semestre e [10.000-50.000] nel secondo semestre 2023²⁰), nonché il numero di richieste di assistenza in relazione alla preselezione ricevute dal Servizio Clienti di

¹⁸ Si vedano le argomentazioni difensive richiamate nel precedente punto III.2.2.27.

¹⁹ Consiglio di Stato, 2 dicembre 2019, n. 8227, PS9315-Flygo *confusione sito ufficiale*; cfr. pure Consiglio di Stato, sez. VI, 27 febbraio 2020, n. 1428, nonché Consiglio di Stato, 7 ottobre 2022, n. 8614, PS9877 - *Hertz Italiana s.r.l. – Addebiti arbitrari*, secondo cui *“deve essere effettuato un giudizio prognostico ex ante, avendo riguardo alla potenzialità lesiva del comportamento posto in essere dal professionista, indipendentemente dal pregiudizio causato in concreto al comportamento dei destinatari, indotti ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbero altrimenti preso”*.

²⁰ Cfr. risposta alla richiesta di informazioni prot. 16088 del 26 gennaio 2024 citata.

Amazon (3.789 nel primo semestre e 1.815 nel secondo semestre 2023²¹), comunque tutt'altro che privi di significato, sono costituiti dai soli consumatori che si sono accorti di essere stati attinti dalla pratica scorretta e che hanno deciso di correggere/lamentare l'errore, rappresentando pertanto verosimilmente solo la parte emergente del fenomeno. Più in generale, anche il dato sopra riportato circa la percentuale di clienti che hanno deselezionato l'opzione pre-selezionata (pari al [50-80%] nel primo semestre 2023 e al [30-60%] nel secondo semestre dello stesso anno) suggerisce che la maggioranza dei consumatori non valuta tale opzione come quella preferibile, circostanza che appare di particolare rilevanza ai fini della valutazione della pratica in oggetto sotto il profilo del contrasto con la diligenza professionale²². Al contrario, l'acquisto periodico genera un possibile effetto di *single-home* sulla piattaforma Amazon, che per il professionista si traduce in un beneficio economico sia nell'ipotesi di vendita diretta dei successivi beni che nel caso di intermediazione sugli acquisti ripetuti presso venditori terzi e/o laddove su questi beni Amazon offra anche il servizio di logistica. Pertanto, la selezione dell'opzione di acquisto periodico necessita di una scelta attiva e pienamente consapevole da parte del consumatore.

45. Ciò posto, la condotta in esame appare integrare una pratica commerciale scorretta, ai sensi degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo.

46. In primo luogo, la circostanza che alcune pagine del sito *web* del professionista appaiono predisposte per influenzare il consumatore nelle sue decisioni di acquisto si pone in contrasto con il canone di diligenza professionale di cui all'articolo 20 del Codice del consumo esigibile da un operatore quale Amazon che, anche considerata la mole di utenti attivi sul *marketplace*, è tenuto a costruire le interfacce *online* relative ai processi di acquisto in modo da consentire scelte commerciali libere e consapevoli.

47. Inoltre, la preselezione dell'acquisto periodico, salvo *opt-out* da parte dell'acquirente, integra una pratica aggressiva ai sensi degli articoli 24 e 25 del Codice del consumo in quanto, mediante indebito condizionamento, appare idonea a limitare considerevolmente la libertà di scelta del consumatore medio inducendolo, pertanto, ad assumere una decisione di natura commerciale che non avrebbe altrimenti preso: la decisione di effettuare l'acquisto periodico di un prodotto piuttosto che l'acquisto singolo,

²¹ Cfr. risposta alla richiesta di informazioni prot. 16088 del 26 gennaio 2024 citata.

²² Gli Orientamenti sull'interpretazione della direttiva 2005/29/CE relative alle pratiche commerciali sleali (CC/2021/9320, in G.U.U.E. C526/2021) stabilisce al par. 4.2.7 quanto segue: “[c]ome principio generale, in base agli obblighi di diligenza professionale di cui all'articolo 5 della direttiva 2005/29/CE, i professionisti devono adottare misure appropriate per garantire che la progettazione della loro interfaccia non falsi le decisioni di natura commerciale dei consumatori”.

sopportandone le relative spese.

Le considerazioni svolte peraltro non sono inficiate dal contenuto della pronuncia del Consiglio di Stato, Sezione VI, del 29 marzo 2021 n. 2631, richiamata dai professionisti. Ivi il giudice ha accolto le censure di parte attrice riguardanti l'accertamento della pratica aggressiva in quanto non sussisteva la pre-attivazione da parte della piattaforma Facebook della trasmissione di dati a siti/app di terzi e sussisteva, invece, la possibilità per gli utenti di fornire il proprio specifico consenso a tale trasferimento dei dati, seppur in un momento successivo. Pertanto, il giudice, rilevando che *“la piattaforma non rappresenta un mezzo attraverso cui gli utenti forniscono il consenso al trasferimento dei dati, dal momento che ciò avviene in un momento successivo, su base granulare per ogni singola app/sito web”*²³, ha escluso la ricorrenza della pratica per insussistenza della pre-selezione in sé, e quindi per motivi diversi da quelli evidenziati dalle Parti. Come visto, in questo caso non è richiesta alcuna specifica azione del consumatore per “confermare” successivamente la pre-selezione, e peraltro nella pagina del *check out* non vi è alcuna menzione riepilogativa circa l'avvenuta attivazione della consegna periodica. La selezione dell'opzione di acquisto periodico necessita, per i motivi sopra esposti, di una scelta attiva e pienamente consapevole del consumatore.

VI. QUANTIFICAZIONE DELLA SANZIONE PER LA CONDOTTA A

48. Ai sensi dell'articolo 27, comma 9, del Codice del consumo, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l'Autorità dispone l'applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 5.000 a 10.000.000 euro, tenuto conto della gravità e della durata della violazione.

49. In ordine alla quantificazione della sanzione deve tenersi conto, in quanto applicabili, dei criteri individuati dall'articolo 11 della legge n. 689/81, in virtù del richiamo previsto all'articolo 27, comma 13, del Codice del consumo: in particolare, della gravità della violazione, dell'opera svolta dall'impresa per eliminare o attenuare l'infrazione, della personalità dell'agente, nonché delle condizioni economiche dell'impresa stessa.

50. Con riguardo alla gravità della violazione, si tiene conto nella fattispecie in esame della specificità del settore dell'*e-commerce* nel quale la modalità di

²³ Cfr. punto n. 15 della citata sentenza del Consiglio di Stato del 29 marzo 2021 n. 2631.

vendita a distanza indebolisce di fatto il consumatore acquirente e lo pone in una posizione di inevitabile asimmetria informativa rispetto al professionista. Rileva altresì la particolare natura del profilo di scorrettezza, caratterizzato da modalità aggressive di acquisizione del consenso del consumatore rispetto all'acquisto periodico, idonee a indebitamente condizionarlo all'acquisto ripetuto di una serie di prodotti, e ciò anche laddove alla soddisfazione dei propri bisogni sia sufficiente uno solo, con conseguente impiego di risorse economiche per beni non desiderati.

51. Inoltre, si tiene conto della dimensione economica dei Professionisti. Infatti, le società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. appartengono a un gruppo che opera a livello mondiale nel settore dell'*e-commerce*. Nell'esercizio 2022, Amazon Services Europe S.à r.l. ha realizzato un fatturato di circa 23,5 miliardi di euro, mentre Amazon EU S.à r.l. ha realizzato un fatturato di circa 50,9 miliardi di euro.

52. Per quanto riguarda la durata della violazione, dagli elementi disponibili in atti risulta che la condotta in esame è stata posta in essere almeno dal 5 aprile 2023²⁴ ed è ancora in corso.

53. Sulla base di tali elementi e considerato che la pratica, malgrado l'avvio del presente procedimento, è tuttora in corso e che il fatturato registrato dalle parti è di decine di miliardi di euro, si ritiene congruo determinare l'importo della sanzione amministrativa pecuniaria, applicabile in solido alle società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l., nella misura del massimo edittale, pari a 10 milioni di euro, al fine di assicurare ad essa la relativa funzione deterrente.

VII. VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI RELATIVI ALLA CONDOTTA B

54. La crescente diffusione del fenomeno degli acquisti *online* implica la necessità che le interfacce dei siti di *e-commerce* siano realizzate in modo da consentire al consumatore di effettuare scelte commerciali libere e consapevoli anche rispetto ai pagamenti supplementari richiesti per la fruizione di particolari modalità di consegna del bene scelto sulla piattaforma.

55. In tale contesto, l'Autorità ritiene che gli impegni assunti dai

²⁴ Cfr. segnalazione prot. 34446 del 5 aprile 2023 e verbale acquisizione di documentazione al fascicolo PS/12585 del 12 giugno 2023.

professionisti siano idonei a superare le contestazioni mosse in avvio.

56. In particolare, l'impegno A) rimuove definitivamente l'asserito contrasto della condotta all'articolo 65 del Codice del consumo, in quanto la pre-selezione dell'opzione di consegna a pagamento verrà esclusa nel caso in cui sia prevista un'opzione di consegna gratuita, che sarà invece l'unica ad essere pre-selezionata. Pertanto, l'opzione di consegna predefinita sarà quella più economica per il consumatore.

57. Inoltre, l'impegno B) rafforza l'apparato informativo relativo ai costi della consegna veloce a pagamento *Premium*, modificando il titolo della pagina "Spedizione Premium" in "Spedizione Premium a pagamento".

58. Da ultimo, risulta particolarmente apprezzabile in quanto attribuisce un beneficio immediato ai consumatori, la previsione di cui all'impegno C) che stabilisce l'erogazione di un rimborso in favore dei clienti non iscritti a *Prime* che nel corso del 2023 hanno preso contatti con il Servizio Clienti Amazon per la selezione involontaria della modalità di consegna "*Premium*", nella forma del riconoscimento di un Buono Regalo spendibile su *amazon.it* del valore di 10,00 euro (a fronte di un maggior costo sostenuto da ciascun consumatore di 4,99 euro rispetto alla consegna gratuita).

59. Le tempistiche di attuazione degli impegni (al più tardi novanta giorni dalla loro approvazione) appaiono congrue, tenuto conto anche delle dimensioni dei professionisti.

RITENUTO, pertanto, in relazione alla pratica commerciale consistente nella pre-selezione dell'acquisto periodico ("condotta A"), che, sulla base delle considerazioni suesposte e tenuto conto del parere dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, essa risulta scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo in quanto idonea, escludendo la libertà di scelta del consumatore in relazione all'effettuazione dell'acquisto singolo di un prodotto, a falsare in misura apprezzabile il comportamento economico del consumatore medio;

RITENUTO, inoltre, in relazione alla illiceità della pre-impostazione della consegna veloce a pagamento ("condotta B"), che gli impegni presentati da Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l., siano idonei a far venir meno i possibili profili di illiceità di detta condotta;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà dei suddetti impegni nei confronti delle società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l.;

RITENUTO, pertanto, di poter chiudere il procedimento, in relazione alla contestazione concernente la pre-impostazione della consegna veloce a pagamento (“condotta B”), senza accertare l’infrazione;

DELIBERA

a) che la pratica commerciale descritta al punto II, lett. A), del presente provvedimento, relativa alla pre-selezione dell’acquisto periodico, posta in essere dalle società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. costituisce, per le ragioni e nei limiti esposti in motivazione, una pratica commerciale scorretta ai sensi degli articoli 20, 24 e 25 del Codice del consumo, e ne vieta la continuazione;

b) di irrogare in solido alle società Amazon Services Europe S.à r.l. e a Amazon EU S.à r.l. una sanzione amministrativa pecuniaria di 10.000.000 € (diecimilioni di euro);

c) che i professionisti comunichino all’Autorità, entro il termine di novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, le iniziative assunte in ottemperanza alla diffida di cui al punto a);

d) di rendere obbligatori, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento, nei confronti delle società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l. gli impegni - concernenti la contestazione relativa alla pre-impostazione della consegna veloce a pagamento - dalle stesse presentati nella loro versione definitiva in data 15 marzo 2024, come descritti nel Formulario allegato, che costituisce parte integrante del provvedimento;

e) di chiudere il procedimento, limitatamente alla contestazione concernente la pre-impostazione della consegna veloce a pagamento, senza accertare l’infrazione, ai sensi dell’articolo 27, comma 7, del Codice del consumo e dell’articolo 9, comma 2, lettera a), del Regolamento;

f) che le società Amazon Services Europe S.à r.l. e Amazon EU S.à r.l., entro novanta giorni dalla data di notifica della presente delibera, informino l’Autorità dell’avvenuta attuazione degli impegni.

Ai sensi dell'articolo 9, comma 3, del Regolamento, il procedimento potrà essere riaperto d'ufficio, laddove:

- a) i Professionisti non diano attuazione agli impegni;
- b) si modifichi la situazione di fatto rispetto ad uno o più elementi su cui si fonda la decisione;
- c) la decisione di accettazione di impegni si fondi su informazioni trasmesse dalle Parti che siano incomplete, inesatte o fuorvianti.

La sanzione amministrativa irrogata deve essere pagata entro il termine di trenta giorni dalla notificazione del presente provvedimento, tramite bonifico (in euro) a favore dell'Erario, utilizzando il codice IBAN IT04A0100003245348018359214 (codice BIC: BITAITRRENT), che corrisponde alla terna contabile 18/3592/14.

Decorso il predetto termine, per il periodo di ritardo inferiore a un semestre, devono essere corrisposti gli interessi di mora nella misura del tasso legale a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino alla data del pagamento. In caso di ulteriore ritardo nell'adempimento, ai sensi dell'articolo 27, comma 6, della legge n. 689/1981, la somma dovuta per la sanzione irrogata è maggiorata di un decimo per ogni semestre a decorrere dal giorno successivo alla scadenza del termine del pagamento e sino a quello in cui il ruolo è trasmesso al concessionario per la riscossione; in tal caso la maggiorazione assorbe gli interessi di mora maturati nel medesimo periodo. Dell'avvenuto pagamento deve essere data immediata comunicazione all'Autorità attraverso l'invio della documentazione attestante il versamento effettuato.

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Ai sensi dell'articolo 27, comma 12, del Codice del consumo, in caso di inottemperanza al provvedimento, l'Autorità applica la sanzione amministrativa pecuniaria da 10.000 a 10.000.000 euro. Nei casi di reiterata inottemperanza l'Autorità può disporre la sospensione dell'attività di impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

Avverso il presente provvedimento, può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lett. b), del Codice del processo

amministrativo (decreto legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica ai sensi dell'art. 8 del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

IL SEGRETARIO GENERALE

Guido Stazi

IL PRESIDENTE

Roberto Rustichelli

PROPOSTA DI IMPEGNI

1) Numero del Procedimento, data di ricezione della comunicazione di avvio del procedimento da parte del professionista

Procedimento PS/12585, iniziato con comunicazione ricevuta il 21 giugno 2023.

2) Professionista che presenta gli impegni

Amazon EU S.à r.l. e Amazon Services Europe S.à r.l. (di seguito, **Amazon**) rappresentate nel presente procedimento giuste procure generali allegate all'istanza di accesso agli atti del Procedimento depositate in data 27 giugno 2023 dagli avvocati Matteo Orsingher, Fabrizio Sanna e Carlo Edoardo Cazzato.

3) Pubblicità o pratica commerciale oggetto della comunicazione di avvio del procedimento

Con comunicazione del 21 giugno 2023, l'Autorità ha notificato ad Amazon l'apertura di un procedimento ai sensi dell'articolo 27 co. 3 del Decreto Legislativo 6 settembre 2005 n. 206 (di seguito, il **Codice**) in relazione tra l'altro alla "b) *pre-impostazione della consegna veloce a pagamento, anche laddove è disponibile l'opzione di consegna gratuita*".

4) Contenuto testuale degli impegni proposti ed eventuale periodo di validità in relazione ai singoli profili oggetto della comunicazione di avvio del procedimento

Anche in un'ottica di continuo miglioramento dei servizi forniti ai suoi clienti, Amazon propone, quanto alla pratica relativa all'impostazione della consegna veloce a pagamento (anche ai sensi e per gli effetti dell'articolo 27 co. 7 del Codice), l'adozione delle seguenti misure.

Impegni sulla pre-impostazione della consegna veloce a pagamento, anche laddove è disponibile l'opzione di consegna gratuita

- A.** Nei casi in cui sia disponibile l'opzione di consegna gratuita del prodotto, e una o più opzioni di consegna a pagamento per i consumatori non iscritti a Prime, nella pagina di *check-out* del prodotto (o in altre pagine) del sito Amazon.it e/o della relativa applicazione, Amazon, laddove presenti un'opzione come pre-selezionata, indicherà come tale solo l'opzione di spedizione gratuita (vedi, a mero titolo esemplificativo, *Immagine Esempio 1* e *Immagine Esempio 2*).

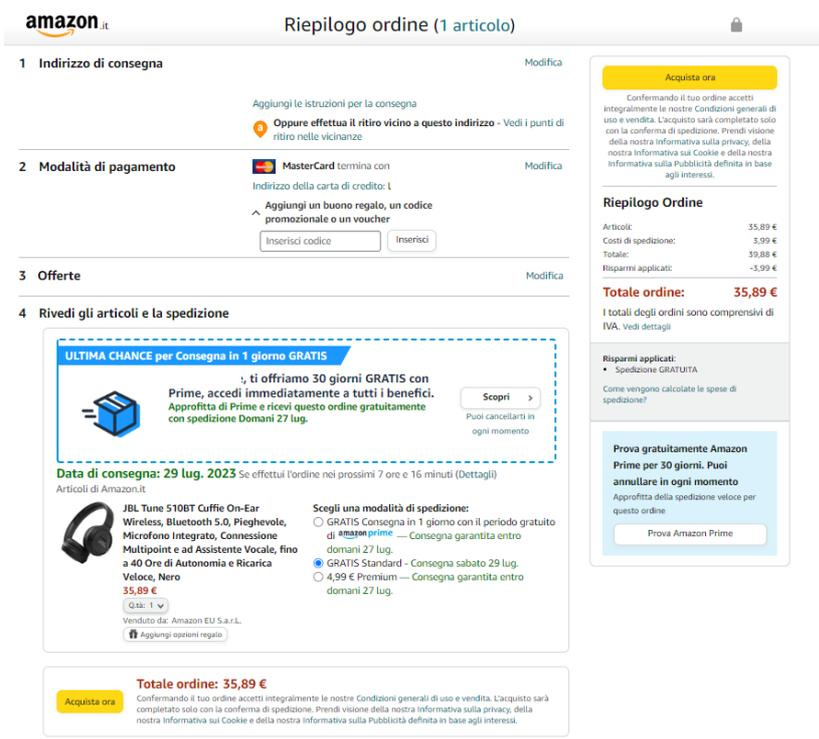


Immagine Esempio 1

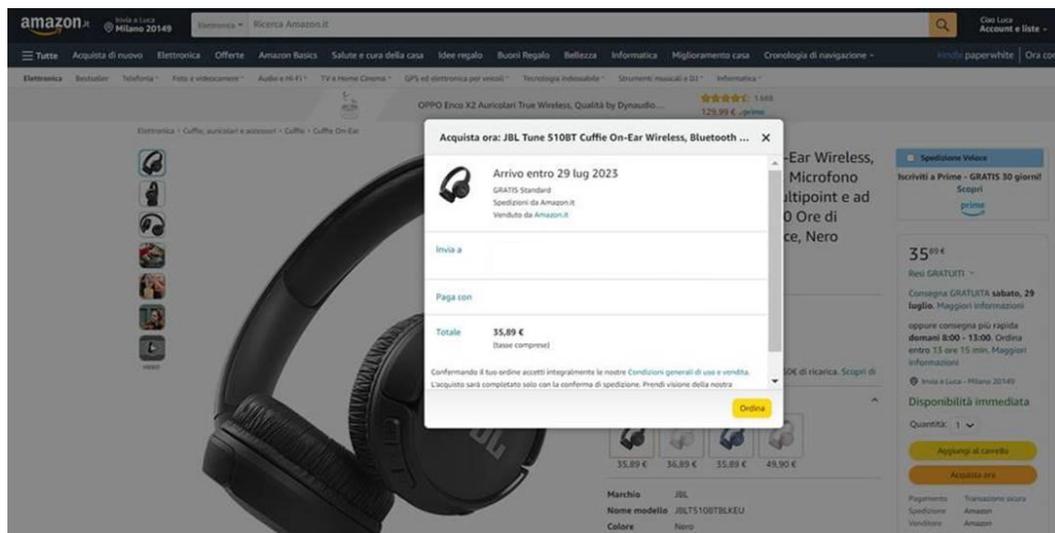


Immagine Esempio 2

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell’Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon, e comunque entro 90 giorni dalla stessa. Amazon segnala che i tempi indicati sono necessari per l’esecuzione di tutte le attività connesse all’attuazione dell’impegno presentato, compresi tutti gli interventi informatici e tecnici relativi alle azioni proposte.

- B.** Amazon intende migliorare, rendendole più chiare ed efficaci sui profili che qui interessano, le Pagine d’aiuto dedicate alle opzioni di spedizione, aggiungendo dettagli specifici sulle opzioni di spedizione disponibili per i clienti, e le azioni richieste per aderire a ciascuna di esse. In particolare, Amazon intende inserire nella pagina dedicata alla consegna veloce a pagamento Premium una (ancor più) chiara indicazione sui costi di tale modalità di

consegna, modificando il titolo della pagina “Spedizione Premium” in “Spedizione Premium a pagamento”.

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell’Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon, e comunque entro 60 giorni dalla stessa.

- C. Amazon intende infine assumere un impegno correttivo e restitutorio, a favore dei consumatori che nel corso del 2023 hanno segnalato al Servizio Clienti di Amazon di aver effettuato un acquisto selezionando per errore la modalità di consegna “Premium”. Più in particolare, Amazon si impegna a riconoscere un Buono Regalo spendibile su Amazon.it del valore di € 10,00 a tutti i consumatori non iscritti a Prime che nel corso del 2023 abbiano effettuato acquisti su Amazon.it usufruendo della consegna “Premium” e abbiano richiesto assistenza al Servizio Clienti Amazon per la selezione involontaria della modalità di consegna “Premium”.

La misura sopra indicata sarà attuata al più presto dopo la comunicazione della decisione dell’Autorità che renda il relativo impegno vincolante per Amazon, e comunque entro 30 giorni dalla stessa.

5) Considerazioni circa l’ammissibilità e l’idoneità degli impegni a rimuovere i profili di illegittimità contestati nell’avvio dell’istruttoria

Ferme le argomentazioni proposte nella memoria del 4 agosto 2023, Amazon ritiene che la proposta di impegni rappresenti una risposta efficace alle preoccupazioni manifestate dall’Autorità nel corso del Procedimento.

In particolare, l’impegno sub A risponde definitivamente al rilievo dell’Autorità quanto all’asserita contrarietà della pratica all’articolo 65 del Codice, in quanto la pre-selezione dell’opzione di consegna a pagamento verrà esclusa nel caso in cui sia prevista un’opzione di consegna gratuita, che sarà invece quella pre-selezionata. Questo impegno pone il consumatore, nell’ottica considerata dall’Autorità (del costo più basso possibile per l’opzione di spedizione), in una posizione più favorevole anche rispetto alla semplice cessazione della pratica contestata, in quanto, in questo caso, l’opzione più economica sarà preselezionata come opzione predefinita. L’impegno di cui al § B consente ulteriormente il superamento dei rilievi dell’Autorità quanto alla possibile contrarietà della condotta ai canoni della correttezza professionale, rafforzando l’apparato informativo (già completo) relativo alle diverse opzioni di consegna disponibili.

Da ultimo, l’impegno al § C ha natura correttiva e restitutoria, e in particolare prevede un rimborso ai consumatori che nel corso del 2023 hanno segnalato di aver effettuato un acquisto selezionando per errore la modalità di consegna “Premium”, mediante il riconoscimento di un Buono Regalo di € 10,00 da spendere su Amazon.it a fronte di un maggior costo di € 4,99 sostenuto da ciascun consumatore con la modalità di consegna “Premium” rispetto alla consegna gratuita. Il rimborso riguarderà i consumatori che hanno preso contatti con il Servizio Clienti Amazon come dettagliato nella risposta alla Richiesta di Informazioni dell’Autorità, depositata da Amazon il 4 agosto 2023.

6) Eventuale versione non riservata e non confidenziale degli impegni

Non si rinvergono esigenze di riservatezza circa il presente documento.

* * *

Per
Amazon Services Europe S.à r.l.
Amazon EU S.à r.l.

Avv. Matteo Orsingher



Avv. Fabrizio Sanna



Avv. Carlo Edoardo Cazzato